

ВИВЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ У СВІТІ ЯК СКЛADOVA РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ

З.В. Герасимчук, В.Л. Поліщук
Луцький національний технічний університет

Івентивний туризм є унікальним видом туризму. Івентивний туризм – вид туризму з метою відвідання та участі у відзначенні якоїсь видатної або цікавої події; це процес надання можливості туристам стати живими свідками найбільших подій в світі спорту, культури і мистецтва тощо. Він невичерпний за змістом. В недалекому майбутньому число учасників івентивних турів може навіть перевищити число учасників екскурсійних турів. На перший погляд здається, що для певного регіону із вивчення зарубіжного досвіду організації івентивного туризму користі ніякої. Звичайно, світові традиції та найяскравіші свята просто перенести не вдасться. Однак із такого досвіду можна почерпнути важливий висновок – необхідно знайти щось своє, унікальне та притаманне лише для свого регіону, і тоді, відповідним чином розрекламувавши захід, а краще їх сукупність, можна на їх основі розвивати сферу івентивного туризму в кожному конкретному регіоні.

Оптимальним можна вважати підхід до формування регіональної політики розвитку івентивного туризму, який дозволяє об'єднати в єдиний комплекс туристичні об'єкти, що знаходяться в зручній транспортній доступності від місць проживання туристів, забезпечити раціональне використання туристичних ресурсів і привабливість територій через комплексне управління і маркетинг, а також дати імпульс до розвитку етнотериторіальних регіонів країни, що історично склалися, і допоможе подолати ряд негативних тенденцій, які виникають у туризмі.

Загалом же однією із спонукальних причин короточасних подорожей є культурно-розважальні заходи. За даними ВТО, розваги як основний мотив подорожей перевершують по значущості туристично-екскурсійні програми. Ця тенденція наголошується в багатьох країнах світу. Наприклад, у Франції на першому місці по відвідуваності стоїть Діснейленд, і тільки тоді Лувр.

Тому дуже важливо формувати календар привабливих для туристів заходів, що проводяться в даному регіоні, роблячи основний акцент на місцевих традиціях.

Культурно-масові заходи можуть бути серйозним мотивом збільшення кількості туристів. Деякі заходи можна зробити традиційними (наприклад, фестиваль старовинної музики, конкурси народних умільців тощо. Місцем проведення видовищних заходів (костюмованих вистав, концертів, майстер-класів, турнірів і тому подібного) може стати як приміщення, так і майданчик просто неба. Не повинна залишитися без уваги жодна історична подія, що мала місце в даній місцевості. Слід зауважити, що туроператори іноді активно використовують різноманітні події для формування туристичного продукту і залучення туристів саме до них. Але якщо події немає історично як традиції, її планують заздалегідь. Тому можна провести кампанію по просуванню туристичного продукту, орієнтованого на конкретний захід, і привернути маси відвідувачів. Адже в період планової події різко активізується діяльність об'єктів туристичної індустрії. В даний час на міжнародному ринку туризму спостерігається значне збільшення числа мандрівників, які вибирають івентивний турпродукт як засіб розваги і відпочинку. Це обумовлено тим, що він існує впродовж декількох десятиліть і приносить значний прибуток багатьом турфірмам світу. Останнім часом він займає не останнє місце серед інших видів туризму. Дозвілля розглядається як сфера розвитку особистої і соціальної культури, формування суспільної пропозиції, розкриття духовного потенціалу людини, відродження і заощадження національних традицій, культурної спадщини народу. Культурні ініціативи населення реалізуються у відвідинах музеїв, бібліотек, виставкових залів, картинних галерей і в організації свят. Найбільш популярним у світі є відвідування таких подій:

- Олімпійські Ігри;
- Чемпіонат світу по футболу;
- Пісенний конкурс Євробачення;
- Кінофестиваль у Каннах;
- Бразильський карнавал.

Для розвитку івентивного туризму в регіоні потрібні об'єднуючі концепції, стрижньові опорні точки івентивного ряду. Немає необхідності цілком переносити досвід інших регіонів, країн. Не потрібно нікого дублювати. Тим паче що досвід організації дозвілля, стиль життя та побуту, культурні, етнічні та духовні традиції, нарешті умови проживання, клімату, та економічний клімат здійснення різних видів діяльності у різних країнах, особливо екзотичних по відношенню до слов'ян наприклад, значно відрізняються. Це унеможливує переймання їх досвіду та його пристосування до регіональних умов прямим перенесенням досвіду івентивного туризму. Однак із врахуванням такого досвіду можна зробити важливий висновок, що потрібно розвивати власні заходи та організовувати самостійні події, які відображатимуть специфіку регіону. Адже навіть у межах країни різні регіони можуть значно відрізнятися з різних причин. Такими можуть бути все ті ж умови проживання та побуту, рівень розвитку інфраструктури, традиції тощо. Можна використовувати відомі у регіоні свята і події місцевого значення, зробивши їх рекламованими та популярними. Звісно, неможливо не брати участі у загальнодержавних заходах та святах, різноманітних подіях, намагаючись залучити їх організаторів до співпраці саме із своїм регіоном. Ну і нарешті, якщо цього всього бракуватиме, можна залучити креативних людей та розробити власні нові заходи, події, фестивалі, ярмарки, виставки, святкування, якщо це необхідно, то і відшукати старовинні легенди, пов'язані із регіоном, видатними особами чи подіями, або ж і вигадати нові. Слід лише пам'ятати про те, що будь-який обраний захід, чи існуючий, чи створений, необхідно добре підтримувати у рекламному просторі, створивши попит на нього, інакше вкладені зусилля та кошти не виправдають очікуваних результатів.

Список використаних джерел:

1. Герасимчук, З.В. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізм формування та реалізації: монографія. / З.В. Герасимчук, М.В. Глядіна. – Луцьк: Надтир'я, 2006. – 164с.;
2. Килимистий, С.М. Анімація в туризмі. / С.М. Килимистий. – Навчальний посібник. К.: Вид-во ФПУ, 2007. – 188с.;
3. Сокол, Т.Г. Основи туристичної діяльності: підручник / За заг. ред. В.Ф.Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 264с.